

**PEMBINGKAIAN BERITA TENTANG FATWA ROKOK HARAM
YANG DIKELUARKAN OLEH MAJELIS TARJIH DAN TAJDID
MUHAMMADIYAH**

(Analisis Framing Terkait Dikeluarkannya Fatwa Rokok Haram oleh
Majelis Tarjih dan Tajdid Muhammadiyah pada 8 Maret 2010 di Media
Online Detik.com dan Antara.com Edisi Maret 2010)

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana pada FISIP
UPN "VETERAN" Jawa Timur**



OLEH :

NUR RAHMA ALIFAH
NPM. 0643010357

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2010**

PEMBINGKAIAN BERITA TENTANG FATWA ROKOK HARAM YANG DIKELUARKAN OLEH MAJELIS TARJIH DAN TAJDID MUHAMMADIYAH

**(Analisis Framing Terkait Dikeluarkannya Fatwa Rokok Haram oleh Majelis
Tarjih dan Tajdid Muhammadiyah pada 8 Maret 2010 di Media *Online*
Detik.com dan Antara.com Edisi Maret 2010)**

Disusun Oleh :

**NUR RAHMA ALIFAH
NPM : 0643010357**

**Telah dipertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program
Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional
“Veteran” Jawa Timur
Pada tanggal : 11 Juni 2010**

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Tim Penguji

1. Ketua

**Juwito,S.Sos.,M.Si.
NPT. 3 6704 95 00361**

**Juwito,S.Sos.,M.Si.
NPT. 3 6704 95 00361
2. Sekretaris**

**Drs.Saifudin Zuhri,M.Si.
NPT. 3 7006 94 00351
3. Anggota**

**Dra.Herlina Suksmawati,M.Si.
NIP. 19641225 199309 2001**

Mengetahui,

DEKAN

**Dra. Hj. Suparwati,M.Si.
NIP. 19550718 198302 2001**

SKRIPSI

PEMBINGKAIAN BERITA TENTANG FATWA ROKOK HARAM YANG DIKELUARKAN OLEH MAJELIS TARJIH DAN TAJDID MUHAMMADIYAH

**(Analisis Framing Terkait Dikeluarkannya Fatwa Rokok Haram oleh Majelis
Tarjih dan Tajdid Muhammadiyah pada 8 Maret 2010 di Media *Online*
Detik.com dan Antara.com Edisi Maret 2010)**

Disusun Oleh :

**Nur Rahma Alifah
0643010357 / FISIP / IKOM**

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

**Menyetujui,
PEMBIMBING**

**J u w i t o, S.Sos., M.Si.
NPT. 3 6704 95 0036 1**

**Mengetahui,
DEKAN**

**Dra. Hj.Suparwati,M.Si.
NIP. 19550718 198302 2 00 1**

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya hingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Penyusunan penelitian atau skripsi ini adalah salah satu syarat bagi mahasiswa agar dapat menyelesaikan proses belajarnya di tingkat strata satu. Selain itu, skripsi juga merupakan bukti kematangan ilmu yang dimiliki oleh mahasiswa dalam memahami semua yang telah dipelajari di kelas perkuliahan.

Dalam penelitian atau skripsi ini penulis mencurahkan rasa terima kasih yang besar dan mendalam kepada Dosen Pembimbing peneliti, Bapak Juwito, S.Sos., M.Si. Karena, beliau adalah pihak yang telah berjasa atas tersusunnya skripsi ini.

Penyusunan penelitian atau skripsi ini belumlah sempurna. Oleh karena itu, diperlukan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun. Selain itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada beberapa pihak terkait yang mendukung penyelesaian skripsi ini. Adapun ucapan terima kasih tersebut disampaikan kepada :

1. Allah SWT, karena karunia kesehatan baik secara mental dan fisik yang diberikanNya sampai detik ini.
2. Drs. Hj. Suparwati, dekan Fakultas Ilmu politik dan Sosial UPN.
3. Bapak Juwito, S.Sos., M.Si. sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Dosen - dosen Ilmu Komunikasi, Bpk. Kusnarto, Bpk. Udin, dan Ibu Sumardjiati yang telah memberikan banyak ilmu dan dorongan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ayah, Ibu dan Adik saya, Mega, atas kasih sayang dan kesabaran yang telah diberikan kepada penulis.

6. Seluruh keluarga besar saya, baik yang di Probolinggo maupun di Surabaya, Simo Gunung atas perhatiannya selama ini.
7. Dian, Evin, Sherly, Woro, Dila dan Ririn, teman seperjuangan di kampus UPN. Terima kasih telah mau mengerti dan menemaniku mulai awal semester hingga detik ini.
8. Magna Community, Mas Winarto dkk, semua teman-teman yang terus semangat meraih tujuan hidup. Ayo lestarikan lingkungan!
9. Terima kasih buat teman – teman angkatan 2006 yang lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
10. Terima kasih juga guru saya, Pak Nardi, yang masih setia membagi ilmunya sejak penulis tingkat sekolah dasar sampai sekarang.
11. Pelatih Pencak Silat Perisai Putih, Kak Putut, Mas Jimmi, Mas Ociem dan Mbak Ainun, atas saran, bimbingan dan semangat yang diberikan selama ini.
12. Teman-teman seangkatan di Perguruan Silat Nasional Perisai Putih Surabaya, atas kesetiaan yang telah diberikan kepada penulis dan kebersamaan yang telah dilalui bersama. Semoga kita bisa meraih semua mimpi-mimpi kita.
13. Teman atau rekan kerja penulis, Mbak Nia, Mbak Umi, dan Mas Irwan, terima kasih atas ilmu dan pengalaman yang dibagikan kepada penulis.

Akhir kata, penulis selalu menantikan adanya saran dan kritik yang sifatnya membangun demi sempurnanya penyusunan skripsi ini. Terima kasih.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAKSI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2.Perumusan Masalah.....	16
1.3.Tujuan Penelitian.....	16
1.4.Manfaat Penelitian.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA.	18
2.1.Media dan Berita Dilihat dari Pandangan Konstruksionis..	18
2.1.1. Fakta atau Peristiwa Adalah Hasil Konstruksi.....	18
2.1.2. Media Adalah Agen Konstruksi.....	19
2.1.3. Berita Bukan Refleksi dari Realitas. Ia Hanya Konstruksi	
Dari Realitas	20
2.1.4. Berita Bersifat Subjektif atau Konstruksi Atas Realitas	21

2.1.5. Wartawan Bukan Pelapor. Ia Agen Konstruksi Realitas	22
2.1.6. Etika, Pilihan Moral, dan Keberpihakan Wartawan Adalah Bagian yang Integral dalam Produksi Berita.....	23
2.1.7. Nilai, Etika, dan Pilihan Moral Peneliti Menjadi Bagian yang Integral dalam Penelitian.....	24
2.1.8. Khalayak Mempunyai Penafsiran Tersendiri Atas Berita	24
2.2. Bahasa Sebagai Isi Media.....	25
2.3 Jurnalisme Online Sebagai Media Massa.....	26
2.4 Ideologi Media.....	30
2.5 Framing Dan Proses Produksi Berita.....	31
2.6 Analisis Framing Termasuk Paradigma Konstruktivis.....	32
2.7 Analisis Framing.....	33
2.8 Proses Framing.....	35
2.9 Konsepsi Framing Robert N. Entman.....	36
2.10 Rokok dan Persepsi Hukum.....	41
2.11 Kerangka Berpikir.....	46
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1. Metode Penelitian.....	48
3.2. Subyek dan Obyek Penelitian.....	50
3.3. Unit Analisis.....	50
3.4. Populasi dan Korpus.....	51
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6. Teknik Analisis Data.....	53
3.7. Langkah-langkah Framing.....	53

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
4.1.1. Sejarah Detik.com.....	56
4.1.2. Sejarah Antara.com.....	58
4.2. Analisis Berita pada Detik.com dan Antara.com.....	62
4.2.1. Frame Detik.com.....	63
4.2.2. Frame Antara.com.....	79
4.2.3. Perbandingan Frame Detik.com dan Antara.com.....	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
5.1. Kesimpulan.....	98
5.2. Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	102

DAFTAR TABEL

TABEL 1	Perbedaan teknis Penulisan berita pada Media Cetak dan Media <i>Online</i> ..	29
TABEL 2	Deskripsi Ringkas Berita “PP Muhammadiyah Keluarkan Fatwa Haram Merokok”.....	64
TABEL 3	Frame berita “”PP Muhammadiyah Keluarkan Fatwa Haram Merokok”	64
TABEL 4	Deskripsi berita “PKS Dukung Fatwa Haram Rokok, Siapkan Sanksi bagi Kader yang Melanggar”.....	67
TABEL 5	Frame Berita “PKS Dukung Fatwa Haram Rokok, Siapkan Sanksi bagi Kader yang Melanggar”.....	67
TABEL 6	Deskripsi Ringkas Berita “Fatwa Rokok Haram Tak akan Dibahas di Munas Majelis Tarjih Muhammadiyah”	69
TABEL 7	Frame berita “Fatwa Rokok Haram Tak akan Dibahas di Munas Majelis Tarjih Muhammadiyah”.....	69
TABEL 8	Frame Detik.com : Fatwa Haram Rokok yang Dikeluarkan Majelis Tarjih dan Tajdid Muhammadiyah	71
TABEL 9	Deskripsi Ringkas Berita “Muhammadiyah Keluarkan Fatwa Haram Merokok”.....	77
TABEL 10	Frame berita “ PP Muhammadiyah Keluarkan Fatwa Haram Merokok ”	78
TABEL 11	Deskripsi Berita “Tolak Fatwa Haram Rokok Petani Bakar Tembakau”	81
TABEL 12	Frame Berita “Tolak Fatwa Haram Rokok Petani Bakar Tembakau”....	81
TABEL 13	Deskripsi Berita “APTI Kirimkan Surat Protes ke Muhammadiyah Terkait Fatwa”	83
TABEL 14	Frame Berita “APTI Kirimkan Surat Protes ke Muhammadiyah Terkait Fatwa”	83

TABEL 15 Frame Antara.com : Fatwa Haram Rokok yang Dikeluarkan Majelis

Tarjih dan Tajdid Muhammadiyah 85

TABEL 16 Perbandingan *Frame* Detik.com dan Antara.com..... 91

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	Berita Detik.com “PP Muhammadiyah Keluarkan Fatwa Haram Merokok”.....	100
LAMPIRAN 2	Berita Detik.com “PKS Dukung Fatwa Haram Rokok, Siapkan sanksi Bagi yang Melanggar”.....	101
LAMPIRAN 3	Berita Detik.com “Fatwa Rokok Haram Tak akan Dibahas di Munas Tarjih Muhammadiyah”.....	102
LAMPIRAN 4	Berita Antara.com “Muhammadiyah Keluarkan Fatwa Haram Merokok”.....	103
LAMPIRAN 5	Berita Antara.com “Tolak Fatwa Haram Rokok Petani Bakar Tembakau”.....	104
LAMPIRAN 6	Berita Antara.com “APTI Kirimkan Surat Protes ke Muhammadiyah Terkait Fatwa”.....	105

ABSTRAKSI

NUR RAHMA ALIFAH. PEMBINGKAIAN BERITA TENTANG FATWA HARAM ROKOK YANG DIKELUARKAN MAJELIS TARJIH DAN TAJDID MUHAMMADIYAH (Studi Analisis Framing Tentang Berita Fatwa Haram Rokok yang Dikeluarkan oleh Majelis Tarjih dan Tajdid Muhammadiyah pada 8 Maret 2010 pada Media Detik Dot Com dan Antara Dot Com Edisi Maret 2010)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana situs berita *online* Detik.com dan Antara.com membingkai berita tentang keluarnya fatwa haram rokok oleh Majelis Tarjih dan Tajdid Muhammadiyah. Objek dari penelitian ini berita-berita yang terkait dengan fatwa rokok haram pada Bulan Maret 2010 di media *online* tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menjadikan paradigma konstruktivis sebagai paradigmanya.

Penelitian ini menggunakan metode analisis framing dengan perangkat analisis dari Entman yang menggunakan empat cara untuk melakukan analisis *framing*. Pertama, *problem identification* yaitu bagaimana media mengidentifikasi masalah. Peristiwa tersebut dilihat sebagai apa oleh media. Kedua, *causal interpretation* yaitu bagaimana media mengidentifikasi masalah yakni siapa yang dianggap sebagai penyebab masalah dalam peristiwa. Ketiga, *moral evaluation* yaitu bagaimana media melakukan penilaian atas penyebab suatu masalah, dan bagaimana cara penanganan suatu masalah. Keempat, *treatment recommendation* yaitu bagaimana media menawarkan dan suatu cara penanganan masalah.

Setelah dianalisis, dapat disimpulkan bahwa kedua media memiliki frame yang berbeda. Detik.com terlihat mendukung keluarnya fatwa haram tersebut. Hal ini dapat dilihat dari teknik penulisan atau bahasa yang disajikan oleh Detik.com yang bersikap tenang-tenang saja atau mendukung dalam menyikapi fatwa ini. Sementara itu, Antara.com cenderung tidak setuju dengan dikeluarkannya fatwa tersebut. Hal ini terlihat dari sikap Antara.com yang lebih memilih informasi yang memberitakan sikap penolakan atau protes terhadap fatwa yang dikeluarkan Majelis Tarjih dan Tajdid Muhammadiyah itu.

Kata Kunci : Framing, Fatwa Haram Rokok Muhammadiyah, Detik.com, Antara.com, Robert N Entman

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kita sering atau bahkan setiap hari mengkonsumsi informasi atau berita melalui media massa. Media massa menyuguhkan berbagai informasi yang membuat pikiran dan perasaan kita ikut berubah-ubah ketika kita membaca, mendengar atau menonton sajian informasi tersebut. Semua ini terjadi karena kekuatan dasyat bahasa jurnalistik.

Jurnalistik adalah bidang profesi yang mengusahakan penyajian informasi tentang kejadian kehidupan sehari-hari (pada hakikatnya dalam bentuk penerangan, penafsiran dan pengkajian) secara berkala, dengan menggunakan sarana penerbitan yang ada (Suhandang, 2004: 22). Sedangkan, Bahasa Jurnalistik didefinisikan sebagai bahasa yang digunakan oleh para wartawan, redaktur, atau pengelola media massa dalam menyusun dan menyajikan, memuat, menyiarkan dan menayangkan berita serta laporan yang benar, aktual, penting dan menarik dengan tujuan agar mudah dipahami isinya dan cepat ditangkap maknanya (Sumadiria, 2006 : 7).

Dalam penyajian jurnalistik media cetak dan online dipengaruhi oleh dua faktor, yakni faktor verbal dan visual. Verbal sangat menekankan pada kemampuan memilih dan menyusun kata dalam rangkaian kalimat dan paragraf yang efektif dan komunikatif. Sedangkan, visual menunjuk pada kemampuan menata, menempatkan dan mendesain tata letak atau hal-hal yang menyangkut segi perwajahan. Pada perspektif jurnalistik, setiap informasi yang disajikan kepada khalayak bukan saja

harus benar, jelas dan akurat, melainkan harus menarik, meningkatkan minat baca pada pengonsumsi media cetak (Sumadiria, 2005: 4).

Berita adalah cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat; kabar; laporan; pemberitahuan; pengumuman (KBBI, 2001 : 140). Berita adalah jalan cerita tentang peristiwa (Sudirman Tebba, 2005: 55). Ini berarti bahwa suatu berita setidaknya mengandung dua hal, yaitu peristiwa dan jalan ceritanya. Jalan cerita tanpa peristiwa atau peristiwa tanpa jalan cerita tidak dapat disebut berita. Berita dalam jurnalistik media cetak adalah sebuah tulisan tentang peristiwa yang layak untuk disebarluaskan kepada khalayak karena memiliki nilai berita (Hikmat Kususmaningrat, 2005: 9).

Untuk membuat informasi menjadi lebih bermakna biasanya sebuah media cetak melakukan penonjolan-penonjolan terhadap suatu berita. Dalam pengambilan keputusan mengenai sisi mana yang ditonjolkan tentu melibatkan nilai dan ideologi para wartawan yang terlibat dalam proses produksi berita (Sobur, 2001: 163).

Dalam berita ada karakteristik intrinsik yang dikenal sebagai nilai berita (*news value*). Nilai berita ini menjadi ukuran yang berguna, atau yang biasa diterapkan untuk menentukan layak berita. Inilah kriteria berita atau unsur-unsur nilai berita yang sekarang dipakai dalam memilih berita.

Unsur-unsur atau yang biasa disebut dengan *news value* adalah Sudirman Tebba, 2005 : 57):

a. Aktualitas (*Timeliness*)

Berita tidak ubahnya seperti es krim yang gampang meleleh, bersamaan dengan berlalunya waktu nilainya semakin berkurang. Masyarakat lebih menghendaki berita yang ingin mereka ketahui lebih cepat mereka baca, untuk melegakan perasaan ingin tahu mereka mengenai peristiwa yang baru saja terjadi.

b. Kedekatan (*Proximity*)

Semakin dekat peristiwa itu dengan pembaca, maka peristiwa itu semakin dapat menarik perhatian khalayaknya.

c. Keterkenalan (*Prominence*)

Dalam kolom surat kabar, ini terlihat jelas. Misalnya, di kolom warta kematian. Apabila yang meninggal atau yang berduka adalah keluarga yang terkenal maka kolom tersebut akan semakin besar. *Public figure*, tokoh pemerintahan juga termasuk di dalamnya.

d. Dampak (*Consequence*)

Peristiwa yang mempunyai dampak luas terhadap masyarakat mampu menambah nilai suatu berita. Misalnya, pengumuman kenaikan BBM. Berita ini mempunyai nilai yang tinggi karena berdampak pada masyarakat yang luas.

e. Human Interest

Berita yang mempunyai *human interest* mengandung unsur yang dapat menarik simpati, empati atau menggugah perasaan khalayak yang membacanya.

Sejak era reformasi, keran kebebasan dan kemerdekaan pers terbuka lebar. Independen dan objektif merupakan dua kata kunci yang digunakan sebagai mantel jurnalis di seluruh dunia. Setiap jurnalis mengupayakan bahwa dirinya akan bertindak objektif, seimbang, dan melaksanakan tugas tanpa keberpihakan untuk mengungkap kebenaran ke masyarakat.

Meskipun sikap independen dan objektif menjadi kiblat setiap jurnalis, pada kenyataannya seringkali didapati suguhan berita yang beraneka warna dari sebuah peristiwa yang sama. Berangkat dari peristiwa yang sama, media tertentu mewartakannya dengan cara menonjolkan sisi aspek tertentu, sedangkan yang lainnya meminimalisir, memelintir, bahkan menutup sisi atau aspek tersebut dan sebagainya. Ini menunjukkan di balik jubah kebesaran independensi dan objektivitas, seorang jurnalis menyimpan paradoks, tragedi bahkan ironi (Eriyanto, 2002: 5).

Media sesungguhnya berada di tengah realitas sosial yang sarat dengan kepentingan, konflik, dan fakta yang kompleks dan beragam. Menurut Antonio Gramsci, media adalah sebuah ruang dimana berbagai ideologi dipresentasikan. Media massa juga mempunyai kepentingan yang berada di dalam media massa itu. Media massa tidak mungkin berdiri statis di tengah-tengah, dia akan bergerak dinamis di antara pusaran-pusaran kepentingan yang sedang bermain. (Sobur, 2001 : 30). Ini berarti di satu sisi media dapat menjadi sarana penyebaran teknologi penguasa, alat legitimasi dan kontrol atas wacana publik. Namun di sisi lain, media juga dapat menjadi alat ukur dalam membangun kultur dan ideologi tandingan. Hal ini berkaitan dengan cara pandang atau perspektif yang digunakan oleh masing-masing pihak.

Setiap institusi media mempunyai ideologi serta visi dan misi tersendiri. Ideologi berperan besar dalam mempengaruhi kebijakan redaksional media. Seorang

wartawan yang bekerja di suatu institusi media dengan kebijakan redaksional tertentu, akan mencari, meliput, menulis dan melaporkan peristiwa / realitas berdasarkan kebijakan redaksional institusi media tersebut. Kebijakan redaksional ini menjadi salah satu pembatas wartawan tersebut dalam memahami dan mempersepsikan sebuah realitas.

Realitas yang disajikan secara menonjol atau mencolok mempunyai peluang besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami realitas. Karena itu dalam praktiknya, *framing* dijalankan oleh media dengan menyeleksi isu tertentu dan mengabaikan isu lain, serta menonjolkan aspek isu tersebut dengan menggunakan pelbagai strategi wacana, penempatan yang mencolok, pengulangan, pemakaian grafis untuk memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang atau peristiwa yang diberitakan (Sobur, 2001 : 164).

Berita yang dibaca dan dilihat di media bukanlah cerminan dari peristiwa atau realitas itu sendiri, melainkan sebuah hasil rekonstruksi dari realitas. Dan yang menjadi agen rekonstruksi berita adalah wartawan. Dengan kata lain, berita yang kita konsumsi adalah hasil rekonstruksi atas peristiwa menurut perspektif wartawan.

Untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita, peneliti memilih analisis *framing* sebagai metode penelitian. *Framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa ke mana berita tersebut (Eriyanto, 2005: 224).

Hal ini berlaku untuk segala jenis media termasuk media baru yang berkembang dengan cepat belakangan ini yaitu internet. Sejarah media massa memperlihatkan bahwa sebuah teknologi baru tidak pernah menghilangkan teknologi lama., namun mensubstitusinya. Radio tidak menggantikan surat kabar, namun menjadi sebuah alternatif, menciptakan sebuah kerajaan dan khalayak baru. Sama halnya dengan kehadiran media *online* khususnya jurnalisme *online* tidak akan bisa menggantikan sepenuhnya bentuk-bentuk media lama, namun meningkatkan intensitasnya dengan menggabungkan fungsi-fungsi dari teknologi internet dengan media tradisional (Santana, 2005 : 135).

Peneliti menggunakan analisis *framing* sebagai metode penelitian. Sebagai analisis teks media, *framing* merupakan salah satu alternatif model analisis yang dapat mengungkapkan sebuah fakta. Selain itu melalui metode *framing* ini, akan dapat diketahui siapa yang mengendalikan siapa, siapa lawan siapa, mana kawan mana lawan, mana patron mana klien, siapa diuntungkan siapa dirugikan, siapa menindas siapa tertindas, dan seterusnya (Eriyanto, 2004: VI). Jadi, diharapkan dengan menggunakan metode framing ini, sebuah realitas akan dapat diketahui kebenarannya.

Dalam prakteknya, *framing* dijalankan oleh media dengan menyeleksi isu yang lain, serta menonjolkan aspek dari isu tersebut dengan menggunakan berbagai startegi wacana. Misalnya, dengan penempatan yang mencolok (sebagai *headline*, di depan atau di belakang), pengulangan, pemakaian grafik, untuk mendukung, memperkuat, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang atau peristiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap simbol budaya, generalisasi, dan simplifikasi. Semua aspek tersebut digunakan untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita menjadi bermakna dan diingat oleh khalayak.

Jadi, dalam kaitannya dengan redaksional, khususnya dalam hubungan dengan penulisan berita, *framing* dapat menyebabkan suatu peristiwa yang sama dapat menghasilkan berita yang secara radikal berbeda apabila masing-masing wartawan memiliki *frame* yang berbeda ketika melihat peristiwa tersebut dalam menuliskan pandangannya menjadi bentuk berita. Hal ini dapat menyebabkan dua buah realitas, yakni realitas sosial atau realitas sesungguhnya dan realitas media yang terbentuk setelah melalui beritanya seringkali merupakan hasil pandangan mereka (*predisposisi perseptual*) wartawan ketika melihat dan meliput peristiwa. Analisis *framing* dapat membantu kita untuk mengetahui bagaimana realitas peristiwa yang sama dikemas secara berbeda oleh wartawan sehingga hasilnya berita yang berbeda (Nugroho, dkk, 1999).

Berita tentang fatwa merokok itu haram oleh Majelis tarjih dan Tajdid Pimpinan Pusat (PP) Muhammadiyah adalah suatu bukti yang dapat menunjukkan bagaimana suatu institusi media mengalami kesulitan dalam mengemas berita yang objektif kepada khalayak. Bagaimana media mengemas atau mengkonstruksi sebuah peristiwa dalam bentuk berita yang akan dikonsumsi oleh khalayak luas.

Sepanjang Bulan Maret 2010, detik.com memuat 23 berita yang berkaitan dengan respon-respon terhadap dikeluarkannya fatwa merokok itu haram oleh Majelis tarjih dan Tajdid Muhammadiyah. Sementara, antara.com memuat 26 berita.

Berbicara soal sejarah rokok, ada beberapa artikel yang menyebutkan bahwa merokok pertama kali dilakukan oleh orang Indian penduduk asli Amerika. Suku Indian melakukan hal tersebut karena adanya kaitan dengan pemujaan dewa/roh. Budaya ini kemudian ditirukan oleh orang eropa yang pada saat itu melakukan

ekspedisi ke benua Amerika. Dalam ekspedisinya, mereka menemukan penduduk pribumi – Indian mengisap tembakau yang digulung seperti cerutu.

Para petualang Eropa ini kemudian menirukan budaya ini dan menganggapnya sebagai lifestyle baru. Budaya ini kemudian menular diantara para penduduk Eropa, mereka menganggapnya Sejak saat itulah, bersamaan dengan penjajahan yang dilakukan oleh bangsa-bangsa eropa ke seluruh dunia, rokok pun ikut tersebar ke seluruh dunia.

Jika artikel tersebut terbukti kebenarannya, bisa disimpulkan bahwa masa dimana budaya rokok ini pertama kali ditemukan jauh terjadi setelah masa hidup Nabi Muhammad SAW. Karenanya tidaklah mengherankan jika di dalam haditsnya Nabi tidak pernah meriwayatkan hukum soal rokok ini secara jelas dan hanya tersirat dari hadits-haditsnya yang bersifat umum.

Sementara itu, di nusantara sejarah rokok yang paling tua konon kabarnya ditemukan di Kudus dalam bentuk rokok kretek. Penemunya adalah Haji Djamhari pada kurun waktu sekitar 1870-1880-an. Konon, pada waktu itu Djamhari merasa sakit pada bagian dada karena menderita penyakit asma. Ia lalu mengoleskan minyak cengkeh pada bagian tubuhnya yang sakit. Ternyata sakitnya pun reda. Berdasarkan pengalaman tersebut, Djamari pun lantas bereksperimen dengan memotong-motong cengkeh kecil-kecil (merajang) dan mencampurnya dengan rajangan tembakau untuk kemudian dilinting menjadi rokok. Dari bunyi rokok yang 'kemeretek' pada waktu diisap tersebut kemudian lahirlah nama 'rokok kretek'.

Sayangnya, Djamhari keburu wafat sebelum dapat meraup kekayaan dari rokok kretek. Temuan Djamhari ini yang menyebar dari mulut ke mulut ini kemudian diteruskan oleh salah seorang warga Kudus lain, yaitu Nitisemito. Ia menjadikan rokok sebagai industri rumahan untuk diproduksi massal pertama kalinya di Indonesia. Pada tahun 1908 perusahaan Nitisemito mendapat ijin dari Pemerintah Hindia Belanda dengan merk Bal tiga. Setahun kemudian Nitisemito mulai membuat rokok kretek dan di tahun inilah sebenarnya rokok kretek tumbuh menjadi industri, meski masih berupa home industri yang dikerjakan Nitisemito dan keluarganya.

Maka untuk pertama kalinya pada waktu itu, rokok kretek temuan Djamhari dijual tanpa bungkus dengan harga sekitar 2,5 sen seikat (25 batang ukuran kecil) dan 3 sen seikat untuk 25 batang ukuran besar. Kesuksesan Nitisemito kemudian banyak ditiru orang, sehingga antara tahun 1915 -1918 bermunculan ratusan pabrik rokok kretek baru tidak hanya di Kudus tetapi juga di Semarang, Surabaya, Blitar, Kediri dan Malang. Sehingga tidaklah berlebihan bila rokok kretek penciptanya adalah orang Indonesia (<http://kabarindonesia.com/...>) diakses pada tanggal 28/03/10 pukul 20:05 WIB.

Dalam kehidupan sehari-hari, diakui atau tidak, bagi sebagian masyarakat keberadaan rokok sangat vital. Mereka tidak menganggap rokok sebagai candu, tapi sebuah lifestyle yang melekat dalam interaksi dalam komunitas. Rokok merupakan teman setia yang menemani mereka di warung kopi, begadang dan sarana mencari teman. Dari sebatang rokok yang ditawarkan tidaklah sulit untuk mendapatkan teman baru bagi mereka. Karenanya fungsi rokok disini juga sebagai media komunikasi. Aneh? Tentu tidak, inilah realita yang ada.

Kita sering melihat benda atau objek rokok dalam kehidupan sehari-hari. Perlu kita ketahui, banyak pihak atau komponen yang terlibat dalam pengeluaran produksi rokok. Diantaranya, ada komponen petani tembakau, petani cengkeh, buruh, pemerintah, pengusaha rokok, industri rokok, industri kertas, industri jasa, dan produsen teknologi. Mereka adalah pihak-pihak yang mempunyai pengaruh besar dalam pengadaan rokok hingga sampai ke para konsumennya.

Berpijak dari kriteria ekonomi semata dalam pengembangan sektor produksi rokok bukanlah satu-satunya langkah yang optimum dalam memajukan kesejahteraan masyarakat. Seperti pernyataan dalam kampanye penolakan anti rokok 2009, “Tidak merokok, itu kan merugikan negara seperti Indonesia yang kaya dan maju akan produksi rokok”. Sudah menjadi alasan umum bagi para pengusaha rokok dan pendukung industri rokok bahwa industri rokok adalah industri padat karya dan memberikan sumbangan banyak dalam perekonomian negara. Tentunya para pengusaha rokok dan pendukung industri rokok menyajikan data kontribusi terhadap perekonomian bangsa.

Saat ini, industri rokok telah tumbuh menjadi sumber devisa negara. Berkat pemasukan cukai, industri rokok menjadi sumber primadona pendapatan APBN. Pemasukan negara atas industri ini pada 2009 sekitar Rp 52 triliun. Dari Kudus, pada 2009, cukai yang berhasil disetor ke kas negara oleh KPPBC Tipe Madya Cukai Kudus lebih kurang Rp 14,5 triliun atau 104,75 persen dari target yang dibebankan pada 2009 (<http://kompas.com>) diakses pada 28/03/10 pukul 19:35 WIB.

Industri rokok telah menjadi tempat jutaan tenaga kerja yang mengisap manis dan pahitnya tembakau serta cengkih. Industri rokok kini menjadi salah satu tempat

terjadinya antrean panjang angkatan kerja yang menanti kesempatan ngelinting tembakau dan cengkih.

Industri rokok telah menjadi salah satu solusi problem beban angkatan kerja, meningkatkan taraf hidup petani, menambah pendapatan pengusaha rokok, dan memperbanyak pemasukan bagi pundi-pundi negara.

Hampir semua strata sosial masyarakat baik langsung atau tidak menjadi pengisap rokok sekaligus kena candu industri rokok. Itulah mengapa industri rokok selalu berada dalam ironi: dicaci sekaligus didamba karena uang yang dihasilkannya. Mematikan industri rokok mungkin seperti menyembelih angsa bertelur emas.

Karena itu, problem industri rokok di Indonesia tidak melulu mengenai kesehatan fisik manusia, tetapi jauh lebih kompleks. Rokok juga berhubungan dengan kesehatan sosial, ekonomi, dan kesehatan "kantong" birokrat, politisi, aparat keamanan, juga urusan "kantong" negara.

Di Kudus sendiri, menurut data Konfederasi Serikat Pekerja Seluruh Indonesia (KSPSI) Kabupaten Kudus, tak kurang 110.000 bekerja di industri rokok. Seandainya dari 110.000 orang menanggung beban dua orang maka 330.000 orang bergantung dari industri penghasil asap dan perusak kesehatan ini. Belum sektor-sektor kegiatan ekonomi, pertanian, dan industri penyuplai pabrik rokok. Industri rokok telah menggurita menjadi salah satu pemain besar dalam tata perekonomian di Indonesia.

Pabrik rokok tidak mungkin dapat dimatikan sebab ada sekitar 10.150.000 tenaga kerja dari hulu ke hilir produksi rokok dan terancamnya pendapatan negara dari cukai yang terus naik tiap tahun.

Peringatan kesehatan di bungkus rokok (Tobacco Warning Labels) yang sudah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2003 tentang Pengamanan Rokok bagi Kesehatan hanya menjadi hiasan. Sangat sulit berhenti merokok karena sudah nyandu (ketagihan). Perokok maupun pihak yang diuntungkan industri rokok sama-sama sudah ketagihan, betapa rokok begitu ngangeni. Kepulan asapnya maupun jasa sumber penghasil asap bisa meraup dana hingga triliunan rupiah.

Inilah dilema negara ini. Sebagian masyarakat menginginkan aman dari bahaya yang ditimbulkan rokok, secara langsung maupun tidak langsung. Dan ada juga bagian yang sudah merasa tidak bisa hidup tanpa rokok. Biasanya ini dilakukan setelah santap makan. Negara sendiri juga merasakan dilema tersebut. Indonesia masih memerlukan dana dari cukai rokok untuk pembangunan dan tidak ingin menambah jumlah pengangguran dengan menutup jalur produksi tembakau. Sedangkan, di sisi lain menginginkan perwujudan kehidupan yang sehat, yaitu dengan lingkungan yang sehat, bebas asap rokok.

Ada banyak upaya kelompok masyarakat untuk mengendalikan bahaya dari penggunaan rokok. Sehingga, muncullah banyak peraturan yang diharapkan dapat mensejahterakan seluruh lapisan, termasuk hidup sehat. Sebelumnya, pada Selasa 12 Agustus 2008 melalui berita TV dari dewan syariah MUI menyampaikan fatwa terbarunya tentang merokok, yaitu : “Merokok hukumnya adalah haram bagi anak-anak dibawah usia 17 Tahun”. Keputusan ini selain dikarenakan banyaknya remaja yang menjadi perokok, juga dikarenakan oleh desakan dari Komisi Perlindungan Anak.

Pada awal Maret 2010, Majelis Tarjih dan Tajdid Pimpinan Pusat Muhammadiyah, mengeluarkan fatwa baru terhadap hukum merokok. Setelah menelaah manfaat dan mudarat rokok melalui Haloqoh Fiqih Pengendalian Tembakau di Gedung PD Muhammadiyah Kota Yogyakarta, Majelis Tarjih dan Tajdid Muhammadiyah berkesimpulan bahwa merokok secara syariah Islam masuk dalam kategori haram. Muhammadiyah mengeluarkan surat fatwa haram Nomor 6//SM/MTT/III/2010 berisi merokok hukumnya adalah haram pada Senin 8 Maret 2010.

Prof. Dr. Syamsul Anwar menjelaskan bahwa keputusan tersebut telah ditelaah dan diteliti baik secara ilmiah maupun dari sudut pandang Agama. "Dari sisi agama sesuatu yang membahayakan itu dilarang, sehingga ada keselarasan antara ketentuan agama dan fakta ilmiah" teranginya. "Berdasar hasil kajian dari ahli medis dan akademisi, semua pihak sepakat bahwa rokok adalah sesuatu yang membahayakan karena mengandung zat aditif dan zat berbahaya lainnya, mengandung 4000 zat kimia, 69 diantaranya adalah karsinogenik atau pencetus kanker". Selain itu juga menjadi penyebab timbulnya penyakit sosial yang harus segera ditanggulangi (<http://Muhammadiyah.or.id>) diakses pada 31/03/10 pukul 09:10 WIB.

Di sisi lain perilaku merokok mempunyai kaitan kuat dengan kemiskinan, faktanya keluarga termiskin justru mempunyai prevelensi merokok lebih tinggi dari pendapatan terkaya, menurut data di SUSENAS 2006. Menurut data yang dicermati oleh Majelis Tarjih dan Tajdid tersebut, konsumsi keluarga termiskin untuk membeli rokok mencapai 11,9 %, sementara keluarga terkaya justru hanya 6,8 %.

"Pengeluaran keluarga miskin untuk konsumsi rokok ini menempati urutan kedua setelah beras."

Dr Sudibyo Markus selaku Ketua PP Muhammadiyah yang membidangi Kesehatan, Pemberdayaan Masyarakat dan Lingkungan menyatakan bahwa fatwa merokok adalah haram adalah dalam rangka merevisi fatwa Majelis Tarjih tahun 2005 , yang menyatakan bahwa merokok hukumnya mubah, boleh dikerjakan, tapi ditinggalkan lebih baik. Namun dengan semakin terbukanya informasi mengenai dampak buruk merokok dibidang kesehatan, sosial dan ekonomi, terlebih bagi keluarga miskin, serta memperhatikan beberapa ketentuan hukum positif tentang diperlukannya lingkungan dan perilaku hidup sehat bagi masyarakat, apalagi ketentuan UU No. 39 Tahun 2009 pasal 113, bahwa tembakau mengandung zat adiktif, maka Majelis Tarjih dan Tajdid merasakan perlunya merevisi ketentuan lama tersebut.

Dalam memberitakan fatwa dari Muhammadiyah tersebut media tak serta merta satu pandangan sebab realitas yang sama bisa jadi menghasilkan berita yang berbeda dikarenakan adanya cara pandang yang berbeda. Perbedaan antara realitas yang sesungguhnya dengan berita tidak dianggap salah, tetapi sebagai suatu kewajaran.

Pada penelitian ini perangkat *framing* yang digunakan peneliti dengan mengangkat pemberitaan mengenai pro dan kontra keluarnya fatwa merokok adalah haram oleh Muhammadiyah, peneliti memilih untuk menggunakan perangkat *framing* Robert M. Entman, karena perangkat *framing* Entman menyebutkan bahwa *framing* seleksi atau berbagai aspek realitas yang diterima dan membuat peristiwa tersebut

lebih menonjol dalam suatu teks komunikasi, dalam khalayak hal itu berarti menyajikan secara khusus definisi suatu masalah (*Define problems* atau *identifications*), interpretasi sebab akibat (*Diagnose cause* atau *causal interpretation*), evaluasi moral (*Make moral judgement*), dan tawaran penyelesaian sebagaimana masalah tersebut digambarkan (*Treatment recommendation*). Dari pengertian ini, framing menurut Entman pada dasarnya merupakan pemberian definisi, penjelasan, evaluasi dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan oleh sebuah media.

Entman juga mengemukakan bahwa proses *framing* tidak dapat dipisahkan dari strategi pengolahan dan penyajian informasi dalam presentasi sebuah media. Dalam hal ini wartawan mengolah dan mengemas informasi sesuai dengan ideologi, kecenderungan ataupun keberpihakan politik mereka. Seperti apa yang terdapat dalam asumsi *framing*, telah dijelaskan bahwa individu jurnalis atau wartawan selalu menyertakan pengalaman hidup, pengalaman sosial dan kecenderungan psikologi ketika menafsirkan pesan yang sampai padanya (Nugroho, 1999: 23). Sehingga, dalam diri wartawan juga mempunyai kewenangan dalam hal membatasi dan menafsirkan komentar-komentar sumber berita, serta memberi porsi pemberitaan yang berbeda antara sumber berita satu dengan sumber berita yang lainnya.

Dalam membingkai atau mengkonstruksi atas realitas, antara media *online* satu dengan yang lain terdapat perbedaan. Seperti halnya pada media *online* detik.com dan antara.com. Keduanya mempunyai cara pandang yang berbeda dalam menulis dan menyajikan suatu berita.

Subjek dari penelitian ini adalah detik.com dan antara.com. Sedangkan, objek penelitian ini adalah pemberitaan keluarnya fatwa merokok adalah haram oleh PP

Muhammadiyah. Peneliti memilih media detik.com dan antara.com dikarenakan kedua media *online* termasuk dalam 5 besar situs berita populer di alexa.com. Dan media ini merupakan media *online* yang paling banyak memuat berita mengenai fatwa merokok haram oleh Muhammadiyah. Detik.com memuat 23 berita. Antara.com memuat 26 berita. Sedangkan media yang termasuk lima besar lainnya hanya memuat sedikit berita, misal : republika.co.id memuat 13 berita, tempointeraktif.com memuat 15 berita, dan kompas.com memuat 3 berita.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, maka yang menjadi permasalahan dari penelitian ini adalah :

Bagaimanakah media *online* detik.com dan antara.com membingkai berita tentang fatwa Muhammadiyah, merokok itu haram?

1.3 Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana media *online* detik.com dan antara.com dalam membingkai berita tentang fatwa merokok haram oleh PP Muhammadiyah.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Untuk menambah kajian dalam bidang ilmu komunikasi yang menggunakan metode kualitatif, dan menerapkan penelitian analisis framing pada khususnya. Dengan terlaksananya penelitian ini diharapkan dapat

menambah pengetahuan mengenai strategi apa yang diterapkan oleh suatu media dalam membingkai realitas sosial dan moral mengenai pro kontra yang terjadi setelah dikeluarkannya fatwa merokok itu haram oleh Majelis Tarjih dan Tajdid Muhammadiyah pada Maret 2010.

1.4.2 Manfaat Praktik

- a. Dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi jurnalis serta institusi media massa, khususnya detik.com dan antara.com dalam mengkonstruksi berita yang disampaikan kepada khalayak.
- b. Dapat menjadi sumber referensi bagi mahasiswa ilmu komunikasi yang tertarik dengan penelitian teks media khususnya yang menggunakan metode analisis framing.